

	Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi S1 Ekonomi Islam						Kode Dokumen																																																																																			
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER																																																																																										
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																																																			
Manajemen Pemasaran	6020202032	Mata Kuliah Wajib Program Studi	T=2	P=0	ECTS=3.18	3	7 Juli 2020																																																																																			
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																																																				
	Khusnul Fikriyah, S.E., M.SEI.		Khusnul Fikriyah, S.E., M.SEI.			CLARASHINTA CANGGIH																																																																																				
Model Pembelajaran	Project Based Learning																																																																																									
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																									
	CPL-6	Mampu mengidentifikasi, menganalisis, dan mengevaluasi permasalahan ekonomi, bisnis, dan keuangan Islam secara logis dan sistematis menggunakan metode ilmiah																																																																																								
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																									
	CPMK - 1	Mampu menguasai teori tentang manajemen pemasaran secara menyeluruh																																																																																								
	CPMK - 2	Mampu menyelesaikan tugasnya dan kewajibannya dengan bertanggung jawab dan beretika																																																																																								
	CPMK - 3	Mampu mengaplikasikan teori tentang manajemen pemasaran syariah																																																																																								
	Matrik CPL - CPMK																																																																																									
		<table><tr><td>CPMK</td><td>CPL-6</td></tr><tr><td>CPMK-1</td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td></tr></table>						CPMK	CPL-6	CPMK-1		CPMK-2		CPMK-3																																																																												
	CPMK	CPL-6																																																																																								
	CPMK-1																																																																																									
CPMK-2																																																																																										
CPMK-3																																																																																										
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																										
	<table><tr><th rowspan="2">CPMK</th><th colspan="16">Minggu Ke</th></tr><tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th></tr><tr><td>CPMK-1</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>						CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1																	CPMK-2																	CPMK-3																
CPMK	Minggu Ke																																																																																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																										
CPMK-1																																																																																										
CPMK-2																																																																																										
CPMK-3																																																																																										
Deskripsi Singkat MK	Pemasaran saat ini mengharuskan perusahaan mengubah mekanisme dari mengelola portofolio produk menjadi mengelola portofolio pelanggan. Perusahaan akan mengumpulkan database tentang pelanggan perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih memahami pelanggan dan memberikan penawaran serta pesan secara pribadi. Perusahaan maupun pemasar perlu menjalankan pemasaran holistik, dimana pengembangan, perancangan, dan implementasi program, proses, dan kegiatan pemasaran yang melihat keluasan dan kesalingtergantungan lingkungan pemasaran saat ini melalui dimensi kunci pemasaran holistik, yaitu: Pemasaran Internal, Pemasaran Terintegrasi, Pemasaran Hubungan, dan Pemasaran Kinerja. Melalui pembelajaran matakuliah Manajemen Pemasaran, mahasiswa akan memperoleh wawasan tentang program-program pemasaran modern yang sesuai dengan abad 21 serta mempraktikkannya sebagai bentuk pemahaman tentang Ilmu Marketing.																																																																																									
Pustaka	Utama :																																																																																									
	1. Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi. Penerbit Andi. 2. Philip Kotler dan Kevin Keller. 2020. Marketing Management 15th Edition. Pearson. 3. Philip Kotler, Hermawan Kertajaya, Iwan Setiawan. 2019. Marketing 4.0 Moving From Traditional to Digital.																																																																																									
	Pendukung :																																																																																									
	1. Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas. Erlangga 2. Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2013. Marketing Mangemen 14e Horizon Edition. Essex: Pearson Education Limited																																																																																									
Dosen Pengampu	Dr. Ahmad Ajib Ridwan, S.Pd., M.SEI. Dr. Khusnul Fikriyah, S.E., M.SEI.																																																																																									

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuan Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	1. Merumuskan kegiatan pemasaran abad 21 2. Mampu menjelaskan pentingnya manajemen pemasaran 3. Mampu menjelaskan lingkup manajemen pemasaran	1. (1) Mampu menjelaskan pentingnya manajemen pemasaran 2. (2) Mampu menjelaskan lingkup manajemen pemasaran	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian: Aktifitas Partisipatif	Mendengarkan penjelasan pembelajaran Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) [1 x 3 x 50 menit] 2x50	Materi: kegiatan pemasaran abad 21 Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas</i> . Erlangga Materi: pengantar manajemen pemasaran Pustaka: Joseph P. Cannon, Ph.D., William D. Perreault, Jr., Ph.D., E. Jerome McCarthy, Ph.D. 2008. <i>Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas</i> . Salemba Empat, Jakarta	4%
2	1. Merumuskan dan menganalisis nilai pelanggan 2. Mampu menjelaskan pentingnya pelanggan 3. Mampu menjelaskan cara mewujudkan kepuasan pelanggan 4. Mampu membedakan CRM dengan CSR	1. (1) Mampu menjelaskan pentingnya pelanggan 2. (2) Mampu menjelaskan cara mewujudkan kepuasan pelanggan 3. (3) Mampu membedakan CRM dengan CSR	Bentuk Penilaian: Aktifitas Partisipatif	Mendengarkan penjelasan pembelajaran Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. i kelompok 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) [1 x 3 x 50 menit] 2x50	Materi: segmentasi pasar Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2013. <i>Marketing Management 14e Horizon Edition</i> . Essex: Pearson Education Limited Materi: csr dan crm Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas</i> . Erlangga	4%

3	1.Menganalisis, menyimpulkan proses dan perencanaan pemasaran 2.Mampu mengidentifikasi dan menyebutkan segmentasi pasar 3.Mampu menyebutkan pasar sasaran 4.Mampu menetapkan posisi produk/jasa di pasar	1.(1) Mampu mengidentifikasi dan menyebutkan segmentasi pasar 2.(2) Mampu menyebutkan pasar sasaran 3.(3) Mampu menetapkan posisi produk/jasa di pasar	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) [1 x 3 x 50 menit] 2x50	Materi: Segmenting, Targeting, Positioning Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas. Erlangga</i> Materi: STP Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2013. <i>Marketing Mangemen 14e Horizon Edition. Essex: Pearson Education Limited</i> Materi: STP Pustaka: Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D. 2008. <i>Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas., Salemba Empat, Jakarta</i>	5%
---	--	---	---	---	---	---	----

4	1.Menganalisis, menyimpulkan proses dan perencanaan pemasaran 2.Mampu mengidentifikasi dan menyebutkan segmentasi pasar 3.Mampu menyebutkan pasar sasaran 4.Mampu menetapkan posisi produk/jasa di pasar	1.(1) Mampu mengidentifikasi dan menyebutkan segmentasi pasar 2.(2) Mampu menyebutkan pasar sasaran 3.(3) Mampu menetapkan posisi produk/jasa di pasar	Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	Mendengarkan penjelasan pembelajar, membaca literatur, dan diskusi kelompok 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) [1 x 3 x 50 menit] 2x50	Materi: Segmenting, Targeting, Positioning Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas.</i> Erlangga Materi: STP Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2013. <i>Marketing Mangemen 14e Horizon Edition.</i> Essex: Pearson Education Limited Materi: STP Pustaka: Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCarthy, Ph.D. 2008. <i>Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas.</i> Salemba Empat, Jakarta	3%
5	1.Memahami Sistem Informasi Pemasaran 2.Mampu menjelaskan komponen Sistem Informasi Pemasaran 3.Mampu melakukan pencatatan internal pada sistem informasi pemasaran 4.Mampu memahami tentang intelijen pemasaran	1.(1) Mampu menjelaskan komponen Sistem Informasi Pemasaran 2.(2) Mampu melakukan pencatatan internal pada sistem informasi pemasaran 3.(3) Mampu memahami tentang intelijen pemasaran	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	Materi: Sistem Informasi Pemasaran Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas.</i> Erlangga Materi: Sistem Informasi Pemasaran Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2013. <i>Marketing Mangemen 14e Horizon Edition.</i> Essex: Pearson Education Limited	5%

6	1. Menganalisis Pasar dan Perilaku Pasar 2. Mampu membedakan dan menjabarkan macam-macam pasar 3. Mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian 4. Mampu menjabarkan proses keputusan pembelian	1. (1) Mampu membedakan dan menjabarkan macam-macam pasar 2. (2) Mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian 3. (3) Mampu menjabarkan proses keputusan pembelian	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	Materi: Perilaku konsumen Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas</i>. Erlangga Materi: pasar Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2013. <i>Marketing Mangemen 14e Horizon Edition</i>. Essex: Pearson Education Limited Materi: keputusan pembelian Pustaka: Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D. 2008. <i>Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas</i>. Salemba Empat, Jakarta	7%
---	---	---	---	--	--	--	----

7	1. Menganalisis Pasar dan Perilaku Pasar 2. Mampu membedakan dan menjabarkan macam-macam pasar 3. Mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian 4. Mampu menjabarkan proses keputusan pembelian	1. (1) Mampu membedakan dan menjabarkan macam-macam pasar 2. (2) Mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian 3. (3) Mampu menjabarkan proses keputusan pembelian	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	Materi: Perilaku konsumen Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas</i>. Erlangga Materi: pasar Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2013. <i>Marketing Mangemen 14e Horizon Edition</i>. Essex: Pearson Education Limited Materi: keputusan pembelian Pustaka: Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCrthy, Ph.D. 2008. <i>Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas</i>. Salemba Empat, Jakarta	5%
---	---	---	---	--	--	--	----

8	UJIAN TENGAH SEMESTER		Bentuk Penilaian : Tes	ujian di kelas 2x50	ujian dengan menggunakan google classroom, mahasiswa mengerjakan di depan laptop dan live melalui google meet, diawasi oleh dosen pengampu 2x50	Materi: Manajemen Pemasaran Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas.</i> Erlangga Materi: Manajemen Pemasaran Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2013. <i>Marketing Mangemen 14e Horizon Edition.</i> Essex: Pearson Education Limited Materi: Manajemen Pemasaran Pustaka: Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCarthy, Ph.D. 2008. <i>Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas.</i> Salemba Empat, Jakarta	15%
9	1.Menganalisis Pengembangan produk baru 2.Mampu menjabarkan proses pengembangan produk baru 3.Mampu menjabarkan proses penerimaan konsumen	1.(1) Mampu menjabarkan proses pengembangan produk baru 2.(2) Mampu menjabarkan proses penerimaan konsumen	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) Google Form (tes) 2x50	Materi: Pengembangan produk baru Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas.</i> Erlangga	3%
10	1.Menganalisis Pengembangan produk baru 2.Mampu menjabarkan proses pengembangan produk baru 3.Mampu menjabarkan proses penerimaan konsumen	(1) Mampu menjabarkan proses pengembangan produk baru (2) Mampu menjabarkan proses penerimaan konsumen	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) Google Form (tes) 2x50	Materi: Pengembangan produk baru Pustaka: Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas.</i> Erlangga	6%

11	1. Menganalisis Strategi produk 2.1. Mampu menjelaskan karakteristik dan klasifikasi produk 3.2. Mampu menjelaskan diferensiasi produk 4.3. Mampu menjelaskan bauran produk 5.4. Mampu menjabarkan merek, kemasan, label, dan garansi	1.1. Mampu menjelaskan karakteristik dan klasifikasi produk 2.2. Mampu menjelaskan diferensiasi produk 3.3. Mampu menjelaskan bauran produk 4.4. Mampu menjabarkan merek, kemasan, label, dan garansi	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	Materi: Strategi Produk Pustaka: <i>Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCarthy, Ph.D. 2008. Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas., Salemba Empat, Jakarta</i>	6%
12	1. Menganalisis Strategi Harga 2.1. Mampu menjelaskan pentingnya penetapan harga 3.2. Mampu menyebutkan langkah-langkah penetapan harga 4.3. Mampu menjelaskan perubahan harga	1.1. Mampu menjelaskan pentingnya penetapan harga 2.2. Mampu menyebutkan langkah-langkah penetapan harga 3.3. Mampu menjelaskan perubahan harga	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	Materi: strategi harga Pustaka: <i>Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2013. Marketing Mangemen 14e Horizon Edition. Essex: Pearson Education Limited</i>	5%
13	1. Menganalisis Strategi Komunikasi Pemasaran 2.1. Mampu menjabarkan bauran komunikasi pemasaran 3.2. Mampu menjelaskan karakteristik bauran komunikasi pemasaran 4.3. Mampu menjelaskan pengembangan komunikasi pemasaran efektif	1.1. Mampu menjabarkan bauran komunikasi pemasaran 2.2. Mampu menjelaskan karakteristik bauran komunikasi pemasaran 3.3. Mampu menjelaskan pengembangan komunikasi pemasaran efektif	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	Materi: komunikasi bisnis Pustaka: <i>Joseph P. Cannon, Ph.D, William D. Perreault, Jr., Ph.D, E. Jerome McCarthy, Ph.D. 2008. Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global, Edisi Keenam belas., Salemba Empat, Jakarta</i>	5%
14	1. Strategi Pemasaran Eceran 2.1. Mampu menjelaskan jenis-jenis pengecer 3.2. Mampu menjelaskan strategi Pemasaran eceran	1.1. Mampu menjelaskan jenis-jenis pengecer 2.2. Mampu menjelaskan strategi Pemasaran eceran	Kriteria: rubrik holistik Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	Materi: strategi pemasaran eceran Pustaka: <i>Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas. Erlangga</i>	7%
15	1. Menganalisis Strategi saluran distribusi 2.1. Mampu menjelaskan pentingnya saluran distribusi 3.2. Mampu mengidentifikasi sistem saluran distribusi	(1) Mampu menjelaskan persaingan secara global (2) Mampu membuat keputusan utama dalam pemasaran global	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Perkuliahan di kelas dengan Problem Based Learning berbasis Student Centered Learning. 2 X 50	WAG (diskusi) Google Classroom (materi) Google Meet (kuliah) (lecture) Google Form (tes) 2x50	Materi: strtegi distribusi Pustaka: <i>Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2013. Marketing Mangemen 14e Horizon Edition. Essex: Pearson Education Limited</i>	5%
16	UJIAN AKHIR SEMESTER		Bentuk Penilaian : Tes	2 X 50			15%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	50%
2.	Penilaian Portofolio	20%
3.	Tes	30%
		100%

Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi (CPL - Prodi)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan prodi yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-Prodi) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CPMK Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 14 Januari 2025

Koordinator Program Studi S1
Ekonomi Islam



CLARASHINTA CANGGIH
NIDN 0004098702

UPM Program Studi S1
Ekonomi Islam



NIDN 0711089202

File PDF ini digenerate pada tanggal 9 Desember 2025 Jam 05:50 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

